

O JORNAL

DO RIO DE JANEIRO

Líder dos Associados

ANO XLIII
N.º 12.945
DOMINGO, 18 de agosto, 1963

Leitor,

Movimentamos hoje, o problema do mercado de arte, assunto tão em voga, com os depoimentos de cinco dos *marchands* desta Cidade de São Sebastião. Ainda no terreno das artes, comparecem Ivan Serpa (cujos quadros na Tenreiro estão causando sensação), Fayga Ostrower (que

explica porque faz desenho depois de dominar os segredos da gravura), Darel (que amanhã vai mostrar seus desenhos de bela atmosfera dramática). Maurício Sherman revela o que vai nos bastidores da tevê e Tom Jobim o que vai... na bossa nova, Oscar Cox está presente, com

subsídios para a história do futebol. E de resto, vale lembrar que Ieda Vargas está de volta. E vitoriosa. Apesar de Vinicius de Moraes dizer que: "A mulher não nasceu para as fitas métricas e sim, para os homens que as amam".

W.M.



FRANCO TERRANOVA



GIOVANNA BONINO



JEAN BOGHICI

Há pouco mais de dez anos, começava a engatinhar o movimento de pintura no Brasil. Hoje, dada a importância de cada nova *saïson*, o relacionamento do artista com a sociedade virou notícia, é assunto de artigos especializados e conversas de gente bem, de reportagens sociais e entrevistas ping-pong. O Brasil descobriu até o *marchand de tableaux* (ou este descobriu o Brasil?) Profissão considerada e digna na Europa, é tida aqui por alguns como um mal necessário, por outros como símbolo de nossa era de promoção. Esquecem-se uns e outros que até Ticiano, há muitos e muitos anos, tinha o seu *marchand* próprio, um nobre falido por ele financiado para divulgar a sua obra. Não será, portanto, o *marchand* um sinal dos tempos. Principalmente se corresponder, como deve, á des-

criação que dele fez Jacques Villon em conferência pronunciada na Unesco, em setembro de 1952, em que dizia entre outras coisas:

"O comerciante, concebendo o seu papel em um plano elevado, pode considerar-se encarregado de difundir a beleza. Porém, não se pode esperar que seja tão desinteressado como os príncipes e mecenas que tratavam diretamente com os artistas e lhes concediam pensões".

Sem querer aqui abordar a criação artística e os seus conceitos filosóficos, o que ficaria bem numa coluna especializada, vamos apenas mostrar aos leitores quem são, o que dizem e como funcionam no Rio de Janeiro.

Os "donos" da arte

(REPORTAGEM A PÁGINA 2)



JORGE BELTRAO



STANISLAU BARCINSKY

Os "donos" da arte



Alguém já chamou GIOVANNA BONINO de Primeira Dama do mercado de arte. Não por ser ela a primeira e única mulher a funcionar em tal setor, mas para fazer justiça a sua distinção e sobriedade. Elegante no aspecto, tanto quanto nas atitudes, GIOVANNA durante quinze anos aprendeu os segredos do ofício ao lado de seu marido, primeiro grande "marchand" profissional que o Brasil conheceu, em atuação efetiva na Europa e América. Hoje, dirige sozinha a sua Galeria na Rua Barata Ribeiro, inaugurada em maio de 1960.

Por estranho que pareça foi a mais suscinta em seus conceitos, embora pudesse ter muita coisa a dizer, já que sua compreensão do métier é bem avançada, com acústica no exterior, e a publicação periódica de monografias, e álbuns de seus contratados.

Com que fito foi criada a Galeria Bonino?

Selecionar bons artistas, lançá-los ou apresentá-los ao público com obras realmente representativas de seu talento.

Qual a modalidade do seu trabalho?

Trabalhamos com artistas contratados.

Acha que a galeria ajuda o artista?

Sim, por muitas razões. Uma delas é que o criador, o que está realizando uma obra não pode dedicar-se a sua própria promoção. A galeria assume esse compromisso. Ademais, o marchand, profundo conhecedor do métier representa para o artista escolhido uma espécie de endossante junto ao público, especialmente quando se trata de valores novos.

Por que não existem no Brasil galerias especializadas?

O mercado no Brasil ainda não comporta esse tipo de galerias.

É verdade que o mercado do Rio é mais caro que o de São Paulo?

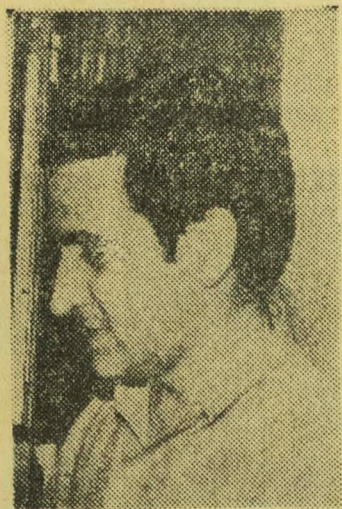
Não creio. A diferença de preço na obra de um mesmo artista corresponde quase sempre a diferença de qualidade.

As vezes, a obra de determinados artistas alcança melhores preços no Rio que em São Paulo e vice-versa porque é favorecida por um clima regional de apoio.

Qual a melhor solução para que o povo possa travar conhecimento com a obra de arte?

É que, desde o ensino primário, seja incutido no aluno o interesse (senão o amor) pela obra de arte. Dessa maneira o povo

aprenderá a usufruir dos meios que já existem: Museus, galerias de arte, livros e conferências. A cultura de um povo nasce e é incentivada pelo convívio com a obra de arte.



Petite Galerie já foi "petite"

FRANCO TERRANOVA encontrou na arte uma resposta à sua inquietação intelectual. Trouxe para o Brasil em 1947 a vivência de um grupo de jovens que, com ele, sofrera o apósguerra italiano. Há mais de dez anos, fundou a Petite Galerie; em lojinha acanhada na Avenida Atlântica, desfilou alguns dos maiores nomes artísticos (Volpi, Dacosta, Krajcberg, Ione Saldanha, Genaro de Carvalho, Agnaldo Santos, entre outros) para um público então indiferente a arte moderna. O início foi árduo e o caminho aberto a duras penas. O que lhe valeu, então, foi o estímulo da crítica, especialmente Jayme Maurício. Um dia, José Carvalho, homem de visão resolveu associar-se a ele, juntamente com José Luís Magalhães Lins, marcando a nova fase da P. G. A inovação da venda financiada — ideia de José Carvalho — pôs a arte ao alcance da classe média, antes afastada do mercado de arte exclusivo de colecionadores, milharistas e museus. Hoje, com a loja bem montada na Praça General Osório, um belo acervo, a Galeria funciona sob a direção artística de Franco. Terranova.

O que pode dizer sobre o mercado de arte no Brasil?

É ainda incipiente entre nós. É tão difícil criá-lo, quanto é fácil falar dele sem conhecimento exato, deturpando fatos, com meias verdades ou totais mentiras. Antigamente, o artista não era, salvo raríssimas exceções, reconhecido pelo público nem lançado no seu justo valor. Hoje em dia, quando um artista é bom, todos o descobrem um pouco e o incentivam. E isto é muito bom. O público já está melhor informado, e ansioso em conhecer e compreender. Está apto para comprar. Aqui, então, aparece a parte mais importante de uma galeria honesta, que é a de orientar a escolha pela qualidade e pela autenticidade da obra. Uma galeria é, sobretudo, um local de cultura permanente à disposição de compradores ou não.

Por que certas obras atingem preços tão elevados?

Acontece que a procura de vários artistas já supera a própria oferta. Isto é inevitável e, salvo raras exceções, não se trata de especulação mas de uma autêntica valorização. Assim mesmo, o mercado de arte no Brasil, é ainda o mais baixo do mundo ocidental. Eis um exemplo de como é difícil trabalhar neste campo: aconteceu-me vender, faz pouco tempo, óleos de Guignard por um preço que dias depois se revelou a metade do que eu mesmo precisei pagar a particulares para a compra de novos Guignards, para a renovação do acervo da Petite Galerie. É por isso que se torna perigosa comercialmente falando, a venda a prazo excessivamente longo. Parece especulação mas não é. É o crescimento rápido demais da criação que é o mercado de arte. Até estabilizarem-se os preços no seu justo valor e até estabilizar-se o cruzeiro também compete a galeria evitar, de todas as maneiras que se inflacione o mercado, inclusive em seu próprio interesse e mais, por uma questão primordial de honestidade comercial. Uma coisa é certa: os bons artistas em sua maioria prosperam.

Não foi esta uma conquista importante?

Os lucros maiores são da galeria ou do pintor?

Os lucros maiores são dos compradores que, além de satisfazer o próprio gosto estético, adquirem uma obra de arte em constante valorização. A galeria lucra e os bons artistas também.

É verdade que em São Paulo os preços dos quadros são menos do que no Rio?

Se é verdade deve-se isso a razões e motivações por vezes completamente alheias ao mercado em si e ocasionais. Pode existir alguma galeria que, encontrando dificuldades em vender os próprios quadros, procure desfazer-se deles por preço mais baixo que o custo atual. Acredito em milagres, menos no mercado da arte. Não sei como se pode vender um quadro por um preço mais baixo do que o que se pode obter no próprio atelier do artista, a menos que sejam falsos, de qualidade inferior, ou que a galeria que, se presume, deva ter, também, um mínimo de lucros, esteja liquidando abaixo do custo real devido a dificuldades financeiras.

É difícil para uma galeria de arte sobreviver no Rio de Janeiro?

É difícil sobreviver em tudo na vida em qualquer campo de trabalho, numa sociedade em fase de desenvolvimento. Importante é ter coragem de fazer algo em que se acredite e a força de aguentar tempos melhores. Importante é nunca tapear o público e criar um estilo acreditando na própria sensibilidade e nos artistas, sobretudo nos jovens.



Borghici teoriz

JEAN BOGHICI que nasceu na Romênia e é cidadão brasileiro, diplomou-se em engenharia na sua terra natal e em ciências na Sorbonne. Em 1948, começou a interessar-se pela pintura. Chegou a tomar aulas de desenho com André Lothe. No Brasil, valendo-se de seus conhecimentos de pintura, ganhou em 57 importante prêmio na televisão, respondendo sobre a vida e a obra de Van Gogh. Foi convidado pelo prefeito Paulo de Tarso em 1960 para, juntamente com o crítico Ferreira Gullar, cuidar da formação do Museu de Arte Popular de Brasília. Um ano depois, como consequência natural do chamamento da arte, abriu a Galeria Relêvo. Hoje, esse moço, culto, esclarecido e simpático é procurado por muita gente que deseja de iniciar uma coleção de arte, encontra nele um excelente conselheiro.

Como conceitua o marchand de tableaux?

O marchand de tableaux o verdadeiro marchand é não somente um intermediário mas, essencialmente, um ponto de síntese entre o artista, o crítico e o comprador, os quais usam cada um a sua argumentação específica. O "marchand" não precisa sustentar teorias de arte, nem filosofar acerca dos valores representativos de uma nova visão do mundo. Sua própria condição psicológica, decorrente de sua experiência, obriga-o a prescindir de qualquer argumentação ou paixão temporária: sua visão é a visão da continuidade dos movimentos artísticos. Nas correntes em moda ou fora de moda, nas expressões mais extremistas e herméticas, éle procura e sente exclusiva-

mente o elo de união, o não retóricos e sim fundamentais. Não precisando defender senão a qualidade, "marchand" tem como única função criar um mercado para artistas de talento e ainda vendidos pelo público comprador. "marchand" é o propagador por excelência, o valorizador ideais de beleza e unicidade de mundo já uniformizado.

E tal "marchand" pode tirar força da teoria?

Reconheço que este marchand é um tipo ideal só pode existir numa sociedade não somente exigente com o bem de capacidade financeira maior que a que temos no

Quais os riscos que o "marchand"?

Qualquer lançamento de artista desconhecido é um o marchand é um comércio que trabalha com dinheiros prejuízos decorrentes de uma posição sem grande saída, ser aceitos pelo verdadeiro marchand como condição indispensável do sucesso já que é pensar não em rentabilidade curto prazo, mas em termos de várias vezes de anos. Só por "marchand" um idealista lançado pela arte ou um comércio de grande visão e de maior ciência.

Acha então que o papel "marchand" é de extrema importância para a arte?

Para o público, a arte não é por pulos loucos ou atos, de acordo com a opinião cada um. Cada ruptura formal aparente no curso da arte, provoca uma fuga do mercado das galerias, uma crise de cada para novos artistas. A própria evolução das artes, que olhos da história aparecem uma continuidade harmônica momentos de nascimento e ta (toda obra de arte grita de nascer — dizia Michelangelo) aparece como real renegação dos valores tradicionais. Os críticos acolhem ou rejeitam os novos movimentos, os teorizam e lutam pela justificação das novas formas de expressão, o público indigna-se: "marchand" teria a culpa da moda, paciente até ver a literatura que envolve debates acerca das novas formas de arte. Então, a luta pode-se considerar vencida quando os próprios lucros compensam os sacrifícios.



Das ciências políticas ao "Marché d'art"

Durante muitos anos a família Barcinsky foi conhecida pelas bonitas peças antigas de punha, e pelo refinamento de seus proprietários NINA e STANISLAW BARCINSKY. Em 1940, pois, o casal que veio para o Brasil em 1940 ("Estávamos naturalizados brasileiros, no sapote e no coração") que era na Suíça e em Varsóvia costumava passar longas temporadas em Paris e em Roma decidiu mudar de métier. Amantes da arte, colecionadores de belos objetos, resolveram o melhor meio de servir a arte: tornaram-se marchands d'art. Enthusiasmaram-se e nela permaneceram até hoje. Stanislaw Barcinsky que estudou ciências políticas na Universidade de Genebra quando nem podia sonhar

NÓVO TRATAMENTO PARA CABELO

Acaba de aparecer no mercado uma nova seiva de tratamento. Kirone, cuja ação imediata sobre os cabelos, os torna macios, sedosos e docéis aos penteados. Kirone é uma seiva básica de Keratina, a substância fisiológica do cabelo.